BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam strategi perancangan mengenai sepatu *Converse original* ditujukan untuk masyarakat umum namun dikhususkan kepada target market. Strategi perancangan yang akan dilakukan telah disimpulkan dari pemecahan masalah sebelumnya yaitu membuat sebuah *event* untuk mengajak serta mengingatkan target market tentang keunggulan sepatu *Converse original* yang terdapat didalam *event* tersebut.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan adalah pendekatan dengan mempengaruhi pikiran dan pemahaman dari target market. Dengan pendekatan komunikasi ini dapat diharapkan, agar target market dapat memahami serta merasakan keunggulan produk sepatu *Converse original* sehingga dapat meninggalkan produk palsu. Berdasarkan pendekatan komunikasi, bahwa strategi komunikasi mempunyai peranan penting dalam proses penyampaian informasi agar tepat sasaran dan efektif sehingga tujuan komunikasi tersebut dapat menyelaraskan dengan tujuan promosi yaitu mengurangi intensitas pemalsuan yang berdampak pada menurunnya laba penjualan *Converse original* di Indonesia. Berikut merupakan dua unsur pendekatan komunikasi yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal.

- Unsur Visual

  Pendekatan visual yang digunakan berhubungan langsung dengan aktivitas acara *DeKill Zone*, dimana area kota besar dalam pendistribusian sepatu *Converse* terjadi dengan meningkatnya pola gaya hidup seseorang yang begitu cepat, terlebih target market merupakan kaum remaja, seperti dalam bermain *Skateboard,* musik, dimana pada usia tersebut merupakan proses pencarian jati mereka dalam pergaulan.

- Unsur Verbal

  Pendekatan verbal menggunakan campuran dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Hal ini terlihat dengan semakin pesatnya

perkembangan bahasa Inggris di Indonesia yang telah diyakini oleh banyaknya kalangan menengah atas dalam memasukan bahasa tersebut dalam pergaulan. Gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa yang digunakan sehari-hari yang bernada simpel serta mudah dimengerti.

III.1.1.1 Lokasi *Event*

Lokasi yang digunakan dalam *event* tersebut adalah menggunakan lokasi area GOR Saparua Bandung. Lokasi ini merupakan lokasi yang strategis, dimana terdapat ruang-ruang yang sesuai dengan beberapa aktivitas para kaum remaja saat ini seperti bermain *Skateboard* dan basket.

III.1.1.2 Alasan Diadakannya *Event*

Alasan diadakannya *event* adalah untuk memaksimalkan serta memanfaatkan waktu tersebut dalam menyampaikan pesan tentang produk secara detail. *Event* lebih interaktif dan lebih efektif ke target market serta memiliki banyak acara dalam *event* tersebut.

III.1.1.3 Tujuan *Event*

Tujuan diadakannya *event* pada promosi sepatu *Converse original* adalah,untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan produk dari promosi *event* tersebut, memperkenalkan produk lebih luas ke target audien, dan memberikan merchandise produk kepada para pemenang peserta *event* sebagai bagian dari media promosi.

III.1.1.4 Acara *Event Dekill Zone*

Pada acara didalam *event* ini terdapat beberapa acara seperti kontes sepatu dekil, perlombaan sepatu *Converse original* dan palsu, tantangan bermain *Skateboard* dan *Basketball* bersama para pemain professional, komunitas *We Love Converse* Indonesia serta acara musik. Dalam acara utama *event* yaitu kontes sepatu *Converse* dekil, pemenang pertama akan mendapatkan sepatu *Converse Limited Edition Iron Man Stitching Canvas*. Sepatu *Converse* edisi spesial ini terlihat fresh serta lebih memiliki gaya. Berikut gambar sepatu *Converse* edisi spesial tersebut :



Gambar III.1 Converse Limited Edition Iron Man Stitching Canvas

Sumber: www.converseamericana.com (29 Mei 2013)

Kemudian pada permainan *Victim Fake* pemenang pertama akan mendapatkan hadiah sepatu *Converse Washed Ox*, berikut gambar sepatu *Converse* tersebut :



Gambar III.2 Converse Chuck Taylor All Star Washed Ox

Sumber :www.sivasdescalzo.com (29 Mei 2013)

Sebuah *event* memerlukan susunan acara agar acara tersebut berjalan dengan lancar dan terkoordinasi dengan baik. Berikut ini adalah tabel susunan acara pada *event Dekill Zone* :

WAKTU	ACARA	LOKASI
09.00-09.30	Performance Olive Tree	Stage musik
09.30-09.45	Opening MC Iqbal Ramadhan & Puti Anika Pengumuman kontes Dekil Sambutan Juwita Converse Indonesia	
09.45-10.45	Beat Box Billy Hitam Putih	Area streetball
10.45-11.45	Games Throw Shoe (MC) Performance Olive Tree	Area games throw shoe
11.45-12.45	Performance Sajama Cut	Stage music
12.45-13.45	Performance Asphoria	Stage music
13.45-14.45	Skateboard Challenge Ali Suhaimi feat Indra Gatot	Area track skateboard
14.45-15.15	Community We Love Converse	Stand WLC community (MC)
15.15-16.30	Games Climbing (MC)	Area game climbing
16.30-17.30	Games Victim Fake (MC) Performance The Brndls	Track game victim fake Stage music
17.30-18.00	Istirahat	
18.00-19.00	Streetball feat Deni Sumargo Performance The Brndls	Area streetball Stage music
19.00-20.00	Performance Laconiek	Stage music
20.00-21.00	Closing (MC) Pengumuman pemenang Games dan Kontes Dekil Performance The Trees and The Wild	Stage music

Tabel III.1 Susunan Acara

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan cara yang menginformasikan serta menjelaskan pendekatan kreatif dalam penyampaian visual. Tujuannya adalah informasi yang disampaikan tepat sasaran dan efektif. Berdasarkan strategi komunikasi dibuatlah strategi kreatif dengan pembuatan iklan video yang sederhana secara visual bagi pengguna sepatu target market dan umumnya masyarakat luas yang bertujuan agar media yang dibuat bisa mencapai target sasaran. Berikut adalah pendekatan visual yang digunakan:

- Memasukkan gambar ilustrasi gedung-gedung tinggi serta sepatu *Converse original*.
- Elemen-elemen visual yang mendukung ilustrasi utama adalah dengan menggunakan visual warna hitam putih sebagai tema dalam keseluruhan karya.



Gambar III.3 Scene Video

III.1.3 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada target audien, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, Strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan diaplikasikan pada sebuah rancangan, baik berupa media utama maupun media pendukung.

- **Media utama**

Media utama yang digunakan adalah berupa video yang ditayangkan pada media sosial *Facebook*. atau perangkat elektronik lainnya yang ditempatkan di gerai-gerai yang tersedia dibeberapa kota besar.

- **Media pendukung**

Media lain yang akan digunakan selain pada perancangan video ini merupakan tambahan media pendukung untuk menambahkan rasa kepercayaan konsumen terhadap merek serta produk. Berikut merupakan beberapa media pendukung promosi sepatu *Converse original* **:**

- ***X-banner***

X-banner digunakan untuk memberitahukan kepada target audien, bahwa selain video animasi terdapat media ini yang ditempatkan di gerai-gerai serta di acara-acara pendukung lainnya.

- **Poster**

Poster ditempelkan diarea-area strategis yang dapat terlihat jelas oleh khalayak publik seperti area kampus, mall serta area sekolah menengah hingga atas. Diharapkan media pendukung ini dapat menarik perhatian dari target audien.

- ***Flyer***

Flyer digunakan untuk media pemberitahuan mengenai produk original sepatu Converse. *Flyer* disebarkan melalui *event* resmi *Converse* serta dibagikan di gerai-gerai yang telah tersedia. Media ini dipilih karena penyebarannya yang sangat mudah dan sangat meluas.

- **Stiker**

Stiker merupakan media *reminder*, ketika konsumen membeli sepatu *Converse original* maka akan mendapatkan stiker tersebut didalam kemasan serta media ini dipilih karena bisa ditempatkan dimana saja, dan tidak memakan tempat.

- **Majalah**

Majalah merupakan media pendukung lain yang dapat digunakan untuk berpromosi. Media ini dipilih karena mudah didapatkan oleh siapapun. Hal tersebut terkait dengan keberadaan majalah yang telah banyak dijual di toko-toko buku bahkan di tempat pedagang buku atau koran pinggir jalan. Majalah yang digunakan dalam promosi ini adalah majalah yang berunsur pada desain, gaya hidup remaja.

- **Banner**

Banner dipasang saat acara *event* berlangsung disekitar arena tempat diadakannya *event* tersebut.

- **Mug**

Mug merupakan salah satu merchandise yang berikan kepada para pemenang permainan dalam *event* tersebut.

- **Kaos**

Kaos digunakan sebagai media pendukung promosi pada saat event berlangsung serta dijadikan sebagai merchandise yang diberikan kepada para pemenang perlombaan di *event De Kill Zone*.

- **Jam**

Jam merupakan salah satu merchandise yang berikan kepada pemenang permainan dalam *event* tersebut. Namun untuk mendapatkannya tidak mudah, karena pemenang merupakan peserta yang telah dipilih oleh panitia tanpa diketahui oleh peserta sebelumnya.

- **Pin**

Media ini merupakan sebuah media pelengkap yang didapatkan oleh para peserta *event De Kill Zone*. Hal ini dimaksudkan sebagai apresiasi pihak *Converse* kepada para peserta *event* atas dukungannya.

III.1.3.1 Jadwal Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama 2 bulan sebelum *event* dilaksanakan yaitu pada pertengahan bulan Juni, Juli hingga pertengahan Agustus. Sedangkan media gimmick diberikan pada saat acara dimulai.

MEDIA	JUNI		JULI				AGUSTUS	
	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 1	Minggu 2
Video								
Poster								
Flyer								
X-Banner								
Majalah								

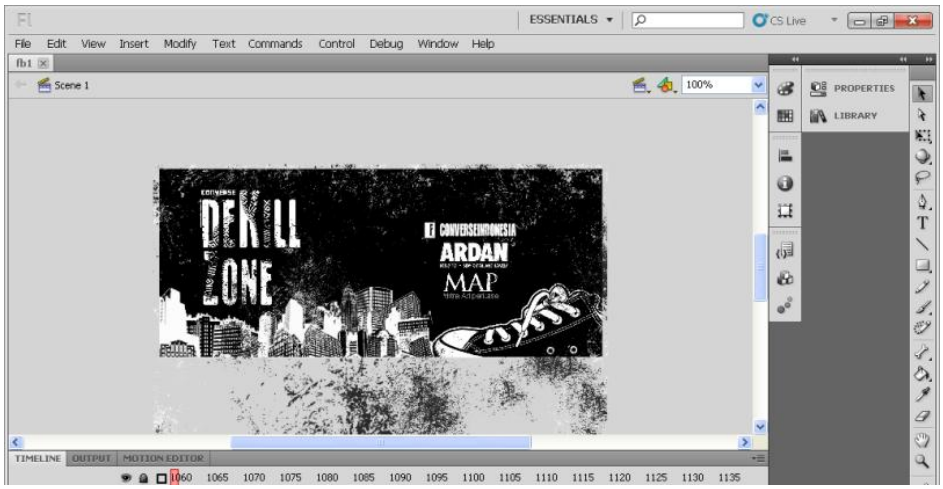
Tabel III.2 Jadwal Media

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan suatu perancangan yang bertujuan untuk menyampaian pesan melalui visual, agar informasi yang ingin disampaikan mudah diterima dan dapat memperkuat kemampuan komunikasi dari informasi yang disampaikan kepada target audien, Adapun diantaranya bagian dari konsep yang meliputi :

III.2.1 Format Desain

Format desain yang akan di pakai dalam video adalah lebar 488 *pixel* x tinggi 199 *pixel* dan format kertas *landscape*. Ukuran yang digunakan merupakan ukuran standar layar iklan pada media sosial *Facebook*.



Gambar III.4 Format Desain Video



Gambar III.5 Video Pada Media Sosial Facebook

III.2.2 Tata Letak

Tata letak (*layout*) adalah merupakan proses penataan, dan pengaturan teks atau grafik pada halaman *layout* meliputi penyusunan, pembagian, tempat dalam suatu halaman, pengaturan jarak spasi, pengelompokan teks dan grafik. Dalam tata letak yang digunakan pada media ini yaitu menggunakan gaya modern, dimana hanya menggunakan satu halaman dan melonggarkan antar ruang dengan jarak teks. *Headline* dalam media utama diletakkan berada di samping kiri halaman dengan memberikan jarak antar teks yang lumayan lebar dan pada teks lain seperti pada undangan serta lokasi ditempatkan pada area sebelah kanan.

Sebagai elemen tambahan dalam teks sebelah kanan diberikan sebuah latar berwarna putih dengan bentuk persegi untuk memberikan sebuah kontras nilai gelap terang. Hal ini di desain agar terlihat proporsional sesuai dengan pandangan mata agar dapat terfokus pada kedua objek tersebut dan tidak terlihat redup.



Gambar III.6 Tata Letak Scene Video

III.2.3 Tipografi

Perancangan video ini menggunakan beberapa jenis huruf seperti *CF Old Lithography* dan *Grungerocker*. Huruf *CF Old Lithography* digunakan pada judul besar video. Hal tersebut menegaskan bahwa kata *DeKill Zone* pada judul video menjelaskan tentang *event* sepatu *Converse* semakin dekil

semakin keren dan pengertian kedua yaitu sebagai area atau zona untuk menghilangkan/membunuh produk palsu sepatu *Converse*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang sedikit rusak dengan ditandai oleh bercak-bercak kotor yang terdapat pada huruf. Kesan yang disampaikan didalam bentuk jenis huruf ini adalah sederhana atau simple, hal ini mengacu pada bentuk sepatu *Converse* yang di desain sederhana. Kemudian jenis huruf ini memiliki kesan lain yaitu klasik, dimana dalam bentuk huruf tersebut terdapat bentuk yang ramping dan tebal. Begitupun kaitannya dengan produk sepatu *Converse* jenis Chuck Taylor *AllStar* yang sudah hidup selama lebih dari satu dekade. Jenis huruf ini didapat dari situs www.dafont.com dengan cara diunduh secara gratis pada 13 Maret 2013.



Gambar III.7 Jenis Huruf CF Old Lithography

Huruf *Grungerocker* digunakan pada logo produk sepatu *Converse*, hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan logo aslinya serta target audien yang sudah familiar dengan logo tersebut.



Gambar III.8 Jenis Huruf Grungerocker

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada video menggunakan elemen *vector* yang berhubungan dengan *event DeKill Zone*. Dimana gedung-gedung sebagai ilustrasi yang menceritakan target market dari kalangan menengah atas dengan gaya hidup modern serta sebuah gambar sepatu *Converse* Chuck Taylor *AllStar* sebagai penegasan *event* produk *Converse*.



Gambar III.9 Ilustrasi Gedung dan sepatu

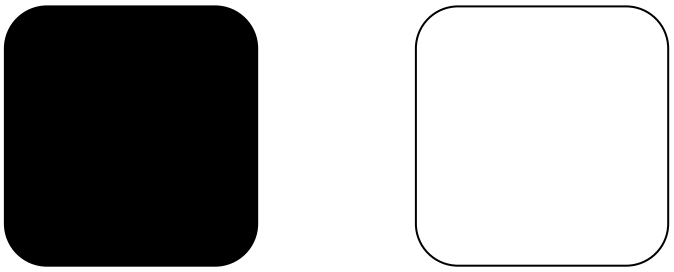
Kemudian gambar jejak sepatu pada tulisan *DeKill Zone* merupakan sebuah tindakan dari pihak *original* dalam mengurangi intensitas pemalsuan produk sepatu *Converse* dengan melalui sebuah injakan. Hal ini pula menjelaskan bahwa meskipun sepatu *Converse original* dengan kondisi usang yang telah digunakan selama beberapa tahun, namun masih dapat terlihat gaya dan nyaman untuk digunakan.



Gambar III.10 Ilustrasi jejak Sepatu Converse

III.2.5 Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta dapat mewakili suasana objek yang dibuatnya. Dalam perancangan media video menggunakan warna hitam dan putih. Pemilihan warna berdasarkan produk sepatu *Converse* yang dinilai klasik serta dapat dipadukan dengan berbagai busana. Berikut contoh warna hitam dan putih :



Gambar III.12 Jenis Warna Hitam dan Putih

Berdasarkan psikologi warna, hitam melambangkan kegelapan dan ketidakhadiran cahaya. Hitam merupakan sebuah lambang misteri, Hitam juga melambangkan kekuasaan dan kekuatan karena hitam dapat membangkitkan emosional serta modern. Pada umumnya warna hitam diasosiasikan dengan negatif, seperti ungkapan kambing hitam, ilmu hitam, daftar hitam, pasar gelap dan lain-lain, namun positifnya menandakan suatu sikap yang tegas, kukuh, formal, serta struktur yang kuat.

Sedangkan putih memiliki karakter yang positif, diantaranya merangsang, cemerlang, ringan dan sederhana. Putih melambangkan kesucian, polos, jujur dan murni. Putih memproyeksikan kemurnian, kebersihan dan netral. Efek dari warna putih adalah membantu kejernihan pikiran, memotivasi untuk menyingkirkan rintangan atau halangan serta membantu menjernihkan pikiran. Kemudian jika digabungkan antara hitam dan putih akan menghasilkan sebuah penjelasan pada sepatu *Converse* yaitu sebuah kekuasan yang memiliki sikap yang tegas dan kuat yang mampu menghadapi rintangan serta dapat menghasilkan sebuah harapan. Data fakta warna di dapat dari halaman situs http://www.ar7ikel.com/view-content-36-teori-dan-fakta-tentang-warna.html dan diakses pada 30 mei 2013.